

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan hal yang setiap hari manusia lakukan dalam kehidupannya. Komunikasi merupakan hal penting untuk dapat berinteraksi dengan orang lain maupun lingkungannya. Komunikasi dari zaman dahulu hingga saat ini banyak mengalami perubahan yang cukup drastis. Sekarang ini komunikasi lebih mudah dilakukan sehingga dengan mudah satu sama lainnya dapat terhubung.

Komunikasi bukan hanya dilakukan antar personal tetapi juga bisa melibatkan banyak orang di sekitarnya atau yang lebih dikenal dengan komunikasi massa. Untuk dapat berkomunikasi secara massa tersebut, tentunya ada media yang digunakan dalam penyampaian pesan. Masyarakat saat ini tidak bisa lepas dari yang namanya media massa. Karena dengan adanya media massa manusia bisa menggali informasi di sekitarnya yang mungkin saja mereka baru mendengar atau belum mendengar mengenai informasi tersebut sebelumnya. Media massa terbagi menjadi 2 yaitu media massa cetak dan elektronik. Media cetak adalah media yang menyampaikan informasi melalui tulisan. Jenis medianya adalah koran, majalah, tabloid dan lain sebagainya. Sedangkan media elektronik adalah media yang mengutamakan perpaduan antara visual dan audio. Tetapi bisa saja hanya mengandalkan audio. Media yang termasuk ke dalam media elektronik adalah radio, televisi, dan internet. Kedua jenis media massa ini sama-sama akan memberikan informasi kepada khalayak.

Secara Etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Jika dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan mengenai makna apa yang dipercakapkan (Effendy, 2000:9). Menurut Edwin B. Flippo, komunikasi adalah kegiatan mendorong orang-orang lain untuk menafsirkan suatu ide dengan cara yang diinginkan oleh si pembicara atau si penulis (Moekijat, 2003:3). Jadi komunikasi adalah sebuah cara yang dilakukan oleh orang-orang untuk mendapatkan sebuah informasi. Terry dan Franklin mengatakan (Moekijat, 2003:3) komunikasi adalah seni mengembangkan dan mendapatkan pengertian di antara orang-orang. Komunikasi adalah

proses menukar informasi dan perasaan diantara dua orang atau lebih, dan penting bagi manajemen yang efektif. Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, di mana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain (Franciscus T. Lamintang, 2013:5).

Komunikasi massa adalah suatu proses dalam mana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus menciptakan makna – makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang berbeda-beda dengan melalui berbagai cara. Maka dari itu komunikasi massa sangat berkaitan dengan media. Media disini bisa saja seperti media cetak dan visual. Disini saya menggunakan media visual. Visual bisa seperti televisi, internet. Disini saya menghubungkan media dengan internet.

Banyak sekali kita terutama menggunakan aplikasi berbasis internet dalam kehidupan sehari – hari. Internet digunakan berbagai macam cara seperti digunakan untuk kemudahan dalam pendidikan, komunikasi menjadi lebih cepat, berbelanja, hiburan, dan lain – lain. Salah satu hal yang sering kita gunakan untuk berkomunikasi atau mendapatkan hiburan yaitu dengan media sosial. Menurut Bosman dan Zagenczyk (2011) media sosial adalah media online yang memungkinkan bagi pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein juga mendefinisikan media sosial sebagai “kelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas fondasi ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna.”

Ada banyak sekali media sosial yang bermunculan hingga saat ini mulai dari twitter, facebook, Instagram, youtube, snapchat, dan lain – lain. McNaught (2011) mengkategorikan web 2.0 atau perangkat lunak seperti *blog*, jejaring sosial, *wiki*, forum, dan YouTube sebagai media sosial. Media sosial memiliki sifat berhubungan, berbagi, dan berkolaborasi (Bosman dan Zagenczyk, 2011).

Salah satu media sosial yang saat ini berperan penting bagi masyarakat adalah YouTube yang merupakan media sosial yang penting dan menjadi situs web video sharing (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis seperti klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri.

Youtube adalah situs web yang menyediakan berbagai macam video. Dari video klip sampai film, serta video – video yang dibuat oleh pengguna Youtube sendiri. Youtube juga merupakan situs satu – satunya

menyediakan video terlengkap, baik berbentuk rekaman kejadian, musik, klip, berita, dan lainnya. Youtube masih satu grup dengan Google, sehingga dengan memiliki akun email Google Mail, maka kita dapat langsung log in pada situs Youtube dan memakai *space* (tempat) yang disediakan oleh Youtube untuk menyimpan koleksi video. Selain itu, video yang telah kita simpan dapat dilihat secara bebas, artinya orang lain dapat mengakses dan mendownload serta dapat memutarinya secara langsung (*streaming*). Youtube didirikan pada Februari 2005 oleh 3 mantan karyawan PayPal yaitu Chand Hurley, Steve Chen, dan Jewel Karim.

Penggunaan situs Youtube terbilang cukup mudah. Ketika pertama kali membuka situs Youtube, akan disambut dengan halaman beranda Youtube. Halaman beranda ini berisikan video-video yang sedang populer saat ini. Video – video yang dipromosikan dan video berfitur. Bersamaan dengan sebuah seleksi link – link tambahan, elemen – elemen navigasi, dan iklan – iklan. Sepanjang halaman atas adalah empat tab besar untuk menavigasikan situs Youtube. Tab – tab tersebut adalah bagian dari navigasi Youtube yang tetap. Karena tak peduli halaman yang Anda lihat, Anda memiliki akses langsung ke set link yang sama.

Dalam urutan, dari kiri ke kanan, tab – tab ini dilabeli Videos, Categories, Channel, dan Community. Di kanan jauh adalah link Upload Video. Tab Video menghadirkan sebuah daftar berisi 20 Video per halaman, yang dapat Anda sortir dengan Most Viewed, Most Recent, Top Rated, Most Discussed, Top Favourite, Most Linkedm Recently Featured, Most Responded, dan Watch on Mobile. Sebagai tambahan, Anda dapat melihat atau menyortir klip – klip tersebut berdasarkan unit waktu. Seperti Hari ini, Minggu ini, Bulan ini, dan Sepanjang waktu. Pada awalnya kantor pusat Youtube terletak di lantai atas sebuah restaurant pizza dan restaurant Jepang di San Mateo, California.

Video pertama yang diupload pertama kali ke Youtube berjudul “*Me at The Zoo*” yang menampilkan Jawed Karim di kebun binatang San Diego. Hingga saat ini, video tersebut masih dapat dilihat di Youtube. Youtube meluncurkan beta test pada Mei 2005, 6 bulan sebelum *official launching* yang dilaksanakan pada November 2005. Pada Juli 2006 atau 8 bulan setelah diresmikan, tercatat 65.000 video yang baru diupload ke situs Youtube setiap harinya, dengan 100 juta views pe hari.

Youtube sebagai salah satu situs penyedia video dimana dapat diakses dan dilihat secara langsung. Tidak sedikit orang – orang yang menjadi terkenal hanya dengan mengupload video mereka ke Youtube. Oleh karena itu, Youtube menjadi salah satu pilihan bagi mereka yang

ingin mencoba peruntungan. Youtube memberikan informasi dalam berbagai hal seperti *tutorial* dan produk – produk iklan yang ditawarkan.

Di Indonesia, dampak sosial dari YouTube terlihat dari munculnya artis dadakan. Seperti contohnya: Briptu Norman dengan lipsync lagu Chaiyya Chaiyya dan Shinta Jojo dengan lipsync lagu keong racun.

Dari banyaknya konten – konten yang ada di YouTube seperti gaming, musik, film, olahraga, dan lain lain, saat ini mulai bermunculan konten – konten tentang Vlog. Vlog atau Video-blog adalah sebuah video dokumentasi jurnalistik yang berada di dalam web yang berisi tentang hidup, pikiran, opini, dan ketertarikan (urbandictionary.com). sebelum adanya Vlog, orang – orang membuat suatu diary atau catatan jurnal modern yang bisa diakses oleh semua orang melalui Blog. Blog berasal dari kata web log, jika diartikan dari bahasa inggris berarti “catatan web“. Blog adalah sebuah website yang digunakan untuk memberikan suatu informasi (yang disebut “Postingan“) secara berkala dan konsisten yang menyerupai sebuah catatan harian. Blog biasanya menggunakan suatu platform atau sistem penerbit yang dirancang khusus untuk konten dinamis dan terdapat beberapa fitur standar didalamnya. Seperti menu / navigasi, link, widget dan tempat komentar yang digunakan untuk meningkatkan interaksi penulis dan pengunjung. Blog bisa digunakan untuk menulis curhatan, cerita, pengalaman, ilmu pengetahuan atau pendapat pribadi agar dapat di baca orang di seluruh penjuru. Yang menjadi perbedaan yang mendasar yang membedakan antara Blog dengan Vlog adalah Blog berbasis teks sedangkan Vlog berbasis video.

Hal utama yang dilakukan oleh sang pembuat konten, vlog, adalah nama-nama yang berhubungan dengan pemirsa atau pemirsa dengan cara yang lebih pribadi. Suara dari seseorang bernama Adam Kontras yang memposting sebuah video bersama dengan entri blognya pada tahun 2000. Pada tahun yang sama pada bulan November, Adrian Miles memposting video yang mengubah teks pada gambar diam dan menggunakan kata vlog yang membuang pada blog video yang ia posting. Dan di tahun 2004, Steve Garfield meluncurkan video blognya sendiri. Vlogging (istilah para vlogger) Biasanya dilakukan dengan berbicara di depan kamera yang menceritakan berbagai hal, berbagi semua yang ada di dalam pikiran, bahkan ada yang membuat klip seperti film. Sekarang ini, vlogger Selalu membuat vlog secara teratur, harian, mingguan atau bahkan bulanan.

Seiring berjalannya waktu, YouTube mulai berkembang di Indonesia dengan munculnya Channel – channel yang kreatif sebut saja seperti Edho Zell, Arief Muhammad, ChandraLiow, Benakribo, LastDay Production, Raditya Dika, Kok bisa? dan masih banyak lagi. Channel didalam dunia komunikasi merujuk kepada media yang digunakan untuk

membawa informasi dari si pengirim (transmitter) ke penerima (receiver). Channel YouTube adalah pembuat video (Content Creator) yang menyampaikan konten berbasis video kepada para subscribers (pelanggan). Subscribers adalah orang yang berlangganan kepada channel YouTube. Dengan kehadiran YouTube creator tersebut, maka masyarakat Indonesia dapat dengan mudah untuk mendapatkan informasi yang lebih banyak.

Sekarang banyak Youtuber membuat konten VLOG. Yaitu hal – hal dalam kehidupan sehari – hari yang direkam dibuat video lalu diunggah ke situs Youtube. Vlog yang ada di Youtube pun bermacam – macam. Ada yang proses editingnya hanya asalh jadi, ada juga yang mementingkan sinematografi dalam vlog mereka, salah satunya adalah Chandra Liow.

Chandra Timothy Liow atau yang dikenal dengan Chandra Liow adalah salah satu dari sekian banyak youtuber yang telah membuat konten video sejak tahun 2009 tercatat di halaman youtubrnya pertama kali Chandra Liow mengupload video pada 6 Desember 2009. Sekarang Chandra Liow sudah mengupload sebanyak 233 video dalam channel Youtube nya. Chandra Liow mempunyai 1.953.292 subscriber sampai Oktober 2018 dan mungkin akan terus bertambah nantinya. yang menjadi ciri khas dari setiap tayangan video Chandra Liow adalah dari cara bicara, editing video, dan isi konten yang ada pada video tersebut dikemas menjadi sedemikian rupa hingga menjadi menarik untuk ditonton.

Penelitian ini adalah mengenai motivasi dan kepuasan menonton khalayak terhadap tayangan YouTube. Daft (dalam safaria, 2004:174) mengatakan motivasi adalah dorongan yang bersifat internal atau eksternal pada diri individu yang menimbulkan antusiasme dan ketekunan untuk mengejar tujuan spesifik. Dari definisi tersebut menegaskan bahwa motivasi berhubungan dengan adanya dorongan internal (dalam diri) dan eksternal (luar diri) yang memicu perilaku tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

Setelah semua itu tercapai, maka muncul sebuah perasaan puas karena telah menonton program tersebut. Kepuasan terjadi atas perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai dengan harapannya.

Dan apabila penontonnya mendapatkan suatu kepuasan maka *channel* YouTube tersebut mendapatkan kepercayaan dari penontonnya terhadap isi konten. Semakin tinggi kepuasan maka semakin tinggi juga kepercayaan dan kesetiaan penonton terhadap *channel* YouTube tersebut.

Setelah penulis mengikuti *channel* YouTube ini penulis tertarik dan ingin mengetahui motivasi dan tingkat kepuasan khalayak menonton

vlog Chandra Liow. Penulis memilih siswa/i kelas XII Multimedia SMK Muhammadiyah 1 Tangerang angkatan 2018-2019 sebagai subjek penelitian. Penulis memilih siswa/i dari SMK Muhammadiyah 1 Tangerang karena adanya keterbatasan waktu dan budget penulis dalam melakukan penelitian ini, yang kedua adalah kebetulan penulis merupakan Pembimbing Ekstrakurikuler jadi ada kedekatan antara penulis dengan sekolah tersebut. Oleh karena itu populasi yang ingin penulis teliti adalah kalangan remaja akhirnya penulis memutuskan untuk memilih siswa/i kelas XII Multimedia SMK Muhammadiyah 1 Tangerang sebagai populasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian adalah Bagaimana Motivasi dan Kepuasan Menonton Siswa/i Kelas XII Multimedia SMK Muhammadiyah 1 Tangerang angkatan 2018-2019 terhadap *Vlog* Chandraliow di YouTube?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka bertujuan untuk :

1. Mengetahui motivasi menonton Siswa/I kelas XII Multimedia SMK Muhammadiyah 1 Tangerang Angkatan 2018-2019 Terhadap *Vlog* Chandra Liow.
2. Mengetahui kepuasan menonton Siswa/I kelas XII Multimedia SMK Muhammadiyah 1 Tangerang Angkatan 2018-2019 Terhadap *Vlog* Chandra Liow.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan guna dan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Yakni untuk menambah wacana serta memberikan informasi dan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi terutama dalam bidang penyiaran (*broadcasting*) sebagai bahan masukan maupun referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini secara praktis yakni diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan evaluasi yang berarti kepada Chandraliow dari segi motivasi dan kepuasan menonton terhadap *channel* YouTube tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan dalam beberapa bab, dengan sistematik sebagai-berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (manfaat teoritis dan manfaat praktis) dan sistematika penulis.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan kerangka teori yang mendasari penelitian, yaitu meliputi penjelasan teori, komunikasi, komunikasi massa, internet, *blog*, *vlog*, motivasi, kepuasan, pengertian siswa, kategori usia, kerangka pemikiran

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang Desain Penelitian, Sumber Data, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Sampel, Bahan Penelitian dan Unit Analisis, Teknik Pengumpulan Data, Operasional Variabel, Indikator, Validitas dan Relibilitas, Alat Ukur dan Teknik Pengolahan dan Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang Gambaran Objek Penelitian, Hasil Penelitian, Identitas Responden, serta hasil data dari masing-masing variabel X dan Y, hasil uji validitas dan reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji *t* (*uji t*).

BAB V

: PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang penjelasan dari table yang ada pada bab 4 serta memaparkan sedikit hasil penelitian.

BAB VI

: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran terhadap hasil dari penelitian yang sudah peneliti lakukan.